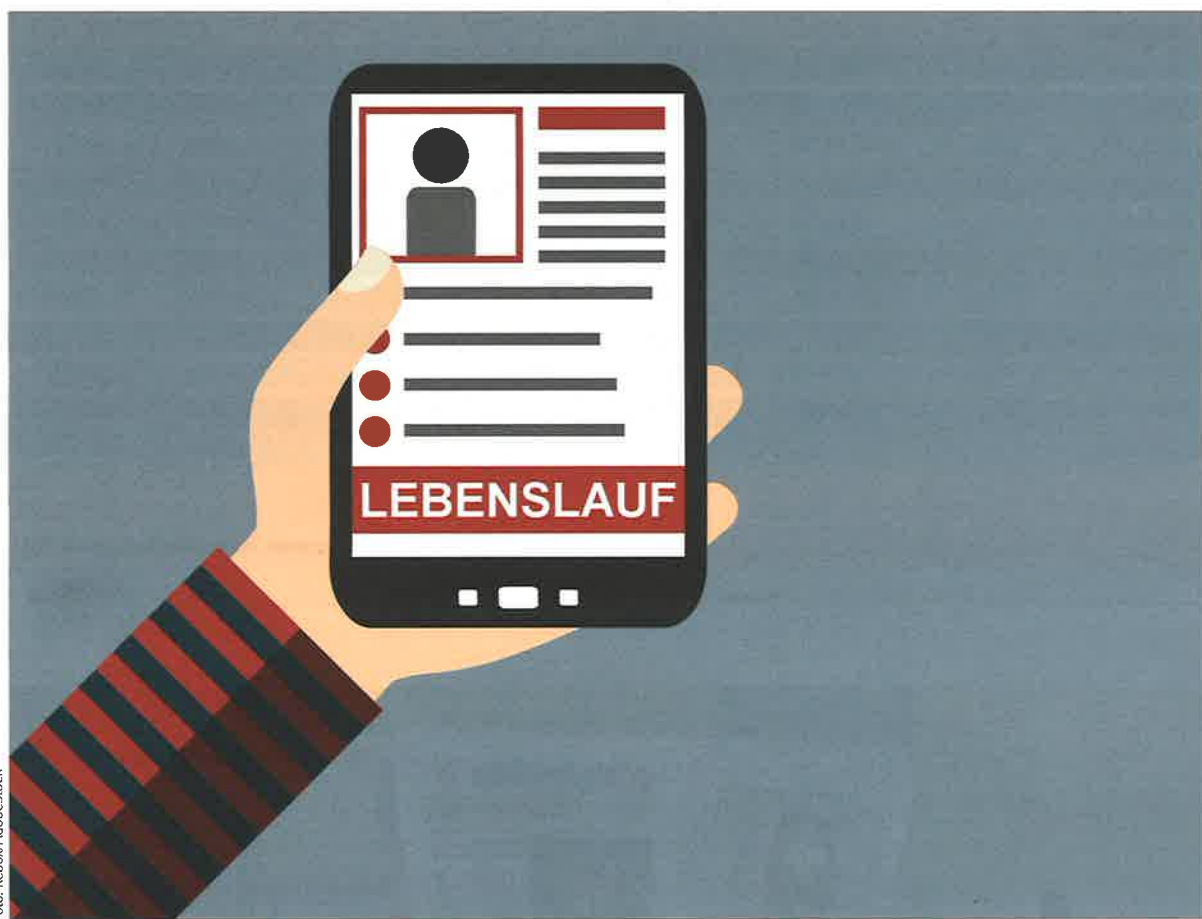


Medienwandel: Heute bildet man sich digital

Immer mehr Medienverbände investieren in die Weiterbildung ihrer Mitglieder. Der Fokus liegt auf Fortbildungen im Digitalmarkt, um laufenden Entwicklungen gerecht zu werden und im internationalen Vergleich mithalten zu können.



Die Digitalisierung zwingt gerade Beschäftigte in der Medienbranche in das Hamsterrad des lebenslangen Lernens.

Österreichs Medienlandschaft befindet sich in einem rasanten Wandel. Insbesondere im Online- und Digitalbereich werden laufend neue Geschäftsfelder erschlossen. Um die Herausforderungen dieser Umgestaltung zu bewältigen und die Qualität der österreichischen Medien zu erhalten, werden immer mehr Fort- und Weiterbildungen angeboten. Auf diesen Zug springen nun auch Medienverbände auf, die den Veränderungsprozess aktiv begleiten und für die Medienhäuser maßgeschneiderte Bildungsangebote bereitstellen.

Praxisnähe. Einige Medienverbände haben inzwischen selbstständige Medienakademien eingerichtet, wie beispielsweise der Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) mit seiner hauseigenen Media-Academy. Auch das Interactive Advertising Bureau

Austria (IAB Austria) organisiert eine große Bandbreite an Bildungsangeboten. Dies hat verschiedene Gründe, erklärt Kathrin Hirczy, Leiterin der IAB-Arbeitsgruppe Ausbildung und Investment Director Digital & Strategy von IPG Mediabrands. Einerseits wolle man den heimischen Markt so für die Herausforderungen der starken internationalen Konkurrenz wappnen: „Wir sehen es als Kernaufgabe des IAB Austria, Aus- und Weiterbildungsangebote für den österreichischen Werbemarkt zur Verfügung zu stellen, um uns im internationalen Wettbewerb etablieren zu können.“ Andererseits wolle das IAB Austria seinen Mitgliedern eine Alternative zu herkömmlichen Bildungsangeboten bieten, da diese häufig kaum in den Arbeitsalltag integrierbar seien: „Unsere Mitglieder bestätigen uns immer wieder, dass eine fundierte Ausbildung in verschiedenen Bereichen des Online-Marketings im Arbeitsalltag schwierig möglich ist. Daher versuchen wir, unser Bildungsangebot sehr praxisnah aufzubauen.“

Bildungslücke Spezialthemen. Als großes Problem herkömmlicher Angebote sieht Hirczy die fehlende Vermittlung von spezifischen Wissensgebieten: „Allgemeines

Online-Marketing-Wissen ist dank diverser Studiengänge vorhanden, welche diesen Bereich bereits in ihren Studienplan integriert haben. Für Spezialthemen fehlt nach wie vor ein standardisiertes Ausbildungsprogramm. Hier möchten wir ansetzen.“ Welche Themen auf erhöhtes Interesse stoßen und wo der Bildungsbedarf am größten ist, erhebt das IAB Austria mittels Umfragen. Nur so könne das Angebot auch tatsächlich dem spezifischen Bedarf angepasst werden, erklärt Hirczy: „In diesem Jahr hat das IAB Austria erstmals eine Umfrage unter den Mitgliedern durchgeführt, um aktiv nachzufragen, welche Themen im Vertiefungsangebot berücksichtigt werden sollen. Unsere Erwartungen haben sich bestätigt, und im Bereich Datenschutz, Datenanalyse, Cross-Media-Analysen und Customer Journey besteht erhöhtes Interesse.“

Auch die International Advertising Association (IAA) nimmt sich dem Thema der Fort- und Weiterbildung ihrer Mitglieder an. Insbesondere die Nachwuchsförderung sei ein Kernthema, erklärt Christine Antlanger-Winter, IAA-Generalsekretärin und Mindshare-CEO. Daher investiere man in die Plattform IAA Young Professionals, über die

sich junge Kommunikatoren weiterbilden, networken und an vielen Branchenevents teilnehmen können. Auch Antlanger-Winter sieht den größten Bildungsbedarf in den „Themen der Auswirkungen technologischen Fortschritts im Marketing und in der Business Transformation“. Erhöhte Relevanz für die nächsten Jahre erwartet Hirczy insbesondere in folgenden Bereichen: „Aus aktueller Sicht werden datenbasiertes Marketing und Messinstrumente, die medienübergreifende Ergebnisse sichtbar machen, erfolgsentscheidend sein.“

Überblick behalten. Die vielfältigen neuen Geschäftsfelder und Her-

ausforderungen einer technologisierten Medienwelt können leicht überfordernd wirken. Um langfristig im Digitalgeschäft mitmischen zu können, ist es daher essenziell, die aktuellen Entwicklungen im Auge zu behalten und richtig einschätzen zu können. Auch hier können die Bildungsangebote von Medienverbänden helfen, versichert Hirczy: „Wir vom IAB Austria möchten unsere Mitglieder über neue Entwicklungen informieren, jedoch auch mit nötigem Know-how ausstatten, zwischen kurzlebigen Trends und langfristigen Erfolgchancen abwägen zu können.“

Anna Polyzoides



KMU-INFOPOINT

Wie kann ich mich weiterbilden?

Für Einsteiger. Wer neu in den Bereich Onlinewerbung einsteigen möchte, ist mit dem IAB-Basislehrgang Digital Marketing gut beraten. In diesem praxisorientierten Diplomlehrgang werden die Grundlagen des digitalen Marketings gelehrt. Ein-, Um- und Quereinsteiger erhalten Einblick in Markt, technische und wirtschaftliche Grundlagen sowie Kreation und Planungsstrategie. Es sind keine Vorkenntnisse nötig. Der Lehrgang wird über einen Zeitraum von drei Monaten oder alternativ als zweiwöchiger Kompaktkurs angeboten. Nach der Teilnahme an allen Modulen und dem Bestehen einer Abschlussprüfung erhalten die Teilnehmer das „IAB Digital Marketing Basisdiplom“ für ihre Leistung.

Für Aufsteiger. In Kooperation mit der Fachhochschule St. Pölten bietet das IAB Austria den akademischen Lehrgang (drei Semester) beziehungsweise Masterlehrgang (vier Semester) Digital Marketing an. Die akademische Weiterbildung gibt umfassendes Wissen für eine Karriere in der dynamischen Digital-Marketing-Branche und der wachsenden E-Commerce-Vermarktung weiter. Der Lehrgang hat starken Praxisbezug, die Vortragenden kommen aus Unternehmen und führenden Online-Marketing-Agenturen. Der weiterführende Masterlehrgang ermöglicht den Abschluss mit einem Master. Zu den Lektoren im Lehrgang zählen vom IAB empfohlene Branchenprofis, wie unter anderem Christoph Tagger (*Der Standard*), Felix Badura (Meetrics), Thomas Urban (Improve), Viktor Zemann (traffic3) und Florian Hiess (swatio).

Für Spezialisten. Als eines der größten österreichischen Agentur-Netzwerke bietet die Werbe Akademie (WIFI Wien) für 2019 den Diplomlehrgang Datengestützte Kommunikationsstrategie an. Im Lehrgang soll eine umfassende und aktuelle Weiterbildung für den Bereich der datengestützten Kommunikationsplanung garantiert werden. Der Lehrgang ist geeignet für Personen mit Basiswissen in Werbung und Kommunikation und Personen, die aus einem Spezialbereich der Kommunikation kommen und ein umfassenderes Wissensspektrum erwerben wollen. Am Schluss der Weiterbildung sollen die Teilnehmer datenbasierte Kommunikationsstrategien für Kreation und Media erarbeiten können. Ziel ist es, die strategische Kommunikationsplanung mit der Datenanalyse zu vernetzen und Strategien daraus ableiten und entwickeln zu können.

Vertiefung. Mit der Media-Academy hat die VÖZ-Tochter All Media Service GmbH eine Fortbildungsreihe ins Leben gerufen, die sich vor allem an das Management sowie an kaufmännische Mitarbeiter von Medienunternehmen richtet. In diesem umfassenden Angebot finden sich verschiedene Kompaktkurse und -veranstaltungen, die den Herausforderungen des Medienwandels gewidmet sind, beispielsweise zum Thema Web Analytics, Datenjournalismus oder Digitalisierungsmanagement.

Auch Fachhochschulen bewegen sich immer mehr in die digitale Richtung, sodass ab dem Studienjahr 2018/2019 der Master Digitale Medientechnologien an der FH St. Pölten in drei einzelne Masterstudien umgewandelt wird: Digital Media Production, Digital Design und Interactive Technologies. Alle drei Studien werden Vollzeit in berufsfreundlichen Varianten angeboten, die Absolventen erhalten den Titel Diplom-Ingenieur.



Kathrin Hirczy,
IAB Austria & IPG



C. Antlanger-Winter,
IAA & Mindshare